

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

Nº 25 - Revista de información multisectorial para la industria con novedades en maquinaria, logística, tecnología y servicios.

VISIÓN INTERNACIONAL

Entrevistas

“Dubai está destinada a ser una plataforma logística de primer orden”
Alain Bagnaud, director general de la división Transporte, Turismo & Comunicación, de Reed Exposition France

“La máquina más barata es aquella que menos tiempo está parada”
Jorge García Kaibide, director gerente de Fegemu LM Machinery

Artículos

La franquicia española sigue apostando por la internacionalización

El sector inmobiliario encabeza la disolución empresarial en el primer trimestre de 2008

El fin de la luz incandescente



Algunas noticias parecen anunciar el fin de una época, el descubrimiento de nuevos mundos tecnológicos llenos de oportunidades o una nueva era espacial. Algunas nos hacen soñar y, a la vez, nos distraen.

Realmente nos enfrentamos a cosas ya previstas hace mucho tiempo como el fin del petróleo, como combustible barato del motor económico mundial, por puro agotamiento. Lo preocupante es que hay tantos intereses en juego que no sabemos por dónde sacudirán los últimos coletazos de esta, hasta hoy, sabrosa bestia surgida del interior de la tierra. Otros temas ya estudiados y previstos por la demografía ya están aquí, a modo de hechos noticiables, como el crecimiento de nuevas potencias económicas o las fuertes y desestabilizadoras corrientes migratorias humanas. Sabiendo todo esto debemos confiar en nuestros políticos y gobernantes, ya que todos hemos pasado por un sistema educativo en el que ya se trataban estos temas en los libros de texto. Luego, saben de qué va y podemos exigirles claridad informativa ante lo que se avecina.

Lo que no está bien es la "pillería veraniega" con que nos sorprenden algunas veces, como por ejemplo pretender que España sea el primer país sin bombillas incandescentes considerando razones de reserva energética. El argumento se basa en el ahorro de las lámparas fluorescentes que, maticemos, son mucho más caras que las clásicas bombillas de siempre. ¿El gran ahorro español salvará al mundo? ¿Creen que China o India van a dejar de utilizar bombillas incandescentes sustituyéndolas por fluorescentes más caros? ¿A quién, realmente le conviene esta propuesta? Al final, pagamos la factura de la luz más cara y, cínicamente, nos dicen cómo debemos ahorrar para llegar a final de mes y, a la vez, salvar al mundo.

Lino Hernández Rué
Lic. Periodismo UAB.

Arriba

El agua en abundancia cuando llega en el momento justo.

Las vacaciones como motor económico, porque crean empleo y riqueza. Eso sí, moderación este verano.

Las personas que sustituyen las bombillas incandescentes por lámparas fluorescentes sin que nadie se lo pida. Eso sí es ahorrar, tener conciencia ecológica y mostrar una buena educación.

Abajo

La insensata idea de que la semana laboral pueda ser mayor de 40 horas.

Las huelgas de transportistas –o de cualquier sector– cuando esconden entre sus objetivos colectivos intereses de grupo.

La corrupción en las administraciones municipales.



mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

"Dubai está destinada a ser una plataforma logística de primer orden"

Alain Bagnaud, director general de la división Transporte, Turismo & Comunicación, de Reed Exposition France

El grupo Reed ya organiza SITL en Francia. ¿En qué momento y por qué deciden crear un evento logístico en Dubai?

Reed Expositions France contestó en diciembre de 2007 a una petición de oferta propuesta por Dubai World Trade Center para la organización de una feria de la logística en Dubai. Según lo declarado por Mahir Abdulkarim Julfar, Dubaï World Trade Center, el modelo de la SITL Europe fue elegido porque la oferta de Reed Exhibitions era objetivamente la más completa ya que combinaba la experiencia en la organización de ferias con el perfecto conocimiento del sector del transporte y la logística.

Ya existen numerosas citas internacionales enfocadas al sector logístico. ¿En qué consideran que se diferencian del resto de eventos?

Con SITL Dubai, Reed muestra su voluntad de estar presente en todos los grandes mercados relacionados con la organización de eventos de transporte y logística. Dubai está destinada a ser una plataforma logística de primer orden. Nuestra ambición es acompañar este movimiento y organizar en colaboración con los actores locales un evento de envergadura. Nos apoyaremos en la experiencia que tenemos tanto en Francia como en Europa y aseguraremos el éxito de esta feria gracias a una transferencia progresiva de competencias. Esta colaboración permitirá vincular la experiencia internacional con un conocimiento del mercado local.

¿Cómo se reparte el esfuerzo de organización entre Reed Expositions France y Dubai World Trade Center?

La organización de la SITL Dubai se



Alain Bagnaud, director general de la división Transporte, Turismo & Comunicación, de Reed Exposition France ; Mahir Abdulkarim Julfar - Dubai World Trade Center. ; Frédéric Theux, CEO, Reed Exhibitions Middle East.

apoya en un comité de pilotaje. Este comité está compuesto particularmente por Emirates Cargo Airlines, Dubaï Port World, Dubaï Cargo Village, Dubai World Trade Center - Dubai Logistics City, Reed Exhibitions UAE, Reed Exhibitions France y por organizaciones profesionales regionales, nacionales o internacionales capaces de aportar y contribuir de forma efectiva al desarrollo del evento. La organización operacional está realizada por el equipo de Reed UAE en estrecha colaboración con el equipo de Reed France.

¿Qué atractivo ofrece esta cita internacional para las empresas españolas?

SITL Dubai afirma la vocación de la región en convertirse en un cruce logístico de dimensión internacional gracias a unas infraestructuras notables –7º puerto mundial de tráfico de contenedores, 2 plataformas logísticas de 1er orden, un nuevo aeropuerto internacional–, y la presencia de numerosos actores mundiales tales como DHL, Panalpina o bien Kuehne & Nagel y por supuesto, Emirates. Todas las empresas europeas que desean desarrollarse al nivel internacional tienen que considerar la puesta en práctica de esta nueva plataforma logística mundial, cuya ambición es hacerse el guión entre Asia y Europa.

¿Qué actos paralelos van a acompañar esta cita internacional?

SITL Dubai reunirá a 250 expositores -prestatarios de transporte y logística, sistemas de información, infraestructuras, inmobiliario y equipamientos logísticos- en una superficie de 12.000 m^2. En su primera edición se esperan 10.000 visitantes profesionales internacionales. Además, habrá un amplio programa de conferencias y de eventos asociados, tales como: la creación de una "Logistics University" para formar e informar, una "Global Shipper's Convention" que reunirá entre 150 y 200 participantes provenientes del mundo entero y la organización de un "Hosted Buyers Programme" cuyo objetivo es reunir a nivel internacional a los industriales más importantes del transporte y la logística con poder de decisión.

Dubai es la plataforma portuaria y aeroportuaria entre el Este y el Oeste, cuya ambición es convertirse en una de las primeras zonas logísticas del mundo. Es una ciudad que está viviendo un momento de grandes inversiones, especialmente con la creación de eventos de gran envergadura que reflejan su evolución. SITL Dubai se celebrará del 1 al 3 de noviembre de 2009 y reunirá a los principales operadores internacionales del transporte y la logística. Será un evento internacional construido a partir del modelo de SITL Europe, basándose en su nomenclatura en términos de exposición y contenido.

"Para Dubai, se trata de una etapa muy importante. Nuestra ambición es convertir Dubai en el primer centro mundial de exposiciones. Por sus calidades, nuestras estructuras de exposición tienen un índice de crecimiento anual del 30% y un coeficiente de ocupación entre los más elevados del mundo. De aquí al 2010, la superficie disponible alcanzará los 120.000 m^2.", ha afirmado Mahir Abdulkarim Julfar, en representación de Dubaï World Trade Center.



mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

FEGEMU TOOLS
FEGEMU GROUP



"La máquina más barata es aquella que menos tiempo está parada"

Jorge García Kaibide. director gerente de Fegemu LM Machinery

Fegemu LM Machinery, del Grupo Fegemu, encara el futuro con la seguridad que ofrecen las innovaciones de la firma japonesa Mori Seiki y su apuesta por el servicio técnico profesional y especializado. Un futuro que para Jorge García Kaibide, director gerente de Fegemu LM Machinery, distribuidor en España de Mori Seiki, pasa por el mecanizado de piezas de mayor valor añadido y que se asienta en máquinas fiables, sofisticadas, de gran productividad y fuerza. Como lo son las suyas

¿Cómo valora lo que llevamos de 2008?

El año ha comenzado muy bien para Mori Seiki, ya que en el sector de la máquina-herramienta estamos teniendo buenos resultados de ventas. En los primeros meses de 2008 hemos registrado una contratación de pedidos superior al mismo periodo de 2007, un año de claro ascenso. Los resultados nos están sorprendiendo favorablemente dada la coyuntura económica en la que nos encontramos.

¿Cuál es el balance de ventas del pasado año?

En 2007 vendimos en torno a las 100 máquinas. Además del número de máquinas, es importante destacar que el valor medio de las mismas está subiendo, debido tanto a un tamaño mayor como a unas prestaciones superiores. El mayor valor de las máquinas también está relacionado con el hecho de que vendemos más centros horizontales, generalmente de mayor valor que los verticales.

¿Se aprecia alguna tendencia en el mercado en los últimos tiempos?

La tendencia más clara es la demanda al alza de máquinas de mayor capacidad y mayor tamaño. Esta demanda es especialmente palpable en sectores tan diversos como el de energías renovables, aeronáutica, obras públicas, ferrocarril o maquinaria agrícola. Este fenómeno se cumple también en España: cuando hace unos años, en los centros horizontales más vendidos encontrábamos el de 400 mm de palet, ahora vendemos más máquinas de 630 ó 800 mm de palet. En el caso de los tornos, sucede igual: se venden más los de 12 -15 pulgadas que los de ocho o diez.

Teniendo en cuenta las demandas actuales del mercado, ¿hacia qué tipo de máquinas avanza Mori Seiki?

Mori Seiki está constantemente apostando por la inversión en nuevos medios productivos, en innovación y en desarrollo, tanto en el diseño de máquinas como en métodos de producción. Esto le está permitiendo profundizar en máquinas de gran precisión y robustez y, al mismo tiempo, ampliar la gama hacia máquinas que admitan piezas mayores. Otra apuesta clara es la de las máquinas más competitivas en precio. Hace dos o tres años se lanzó la serie Dura de máquinas verticales y de tornos, buscando un precio más asequible para aplicaciones menos exigentes o para clientes que no habían tenido antes presupuesto para una Mori Seiki. Éstas siguen siendo máquinas Mori Seiki, con la misma robustez y precisión que el resto de la gama.

¿Qué estrategia sugiere para dinamizar el sector?

En España, si nuestros clientes quieren ser competitivos en el mercado internacional, deben especializarse en la fabricación de piezas con más valor añadido. Para eso, necesitan máquinas más sofisticadas, eficaces, de gran productividad y eficiencia, teniendo en cuenta la asistencia técnica, porque lo más caro es siempre tener una máquina parada o que no rinda lo suficiente. Es en este campo donde Mori Seiki puede ofrecer una gran ventaja competitiva.

¿Cómo repercute el esfuerzo en I+D+i de Mori Seiki?

Este esfuerzo se traduce en el lanzamiento de productos altamente





Un buen tándem

Fegemu LM Machinery es una compañía líder en nuestro país, con más de 1.400 máquinas instaladas, que distribuye en exclusiva máquinas de Mori Seiki.

Los pilares del servicio ofrecido por Fegemu LM Machinery a sus clientes se fundamentan en un buen asesoramiento técnico-comercial, para garantizar la adecuada adquisición de la máquina que mejor se adecue a las necesidades de cada uno de nuestros clientes, y en un servicio post-venta o SAT que, en contacto permanente con el departamento técnico de Mori Seiki en España, garantiza la más rápida y efectiva asistencia técnica a nuestros clientes.

adaptados a los requisitos del mercado y en un buen número de tecnologías punteras e innovaciones en la nueva generación de máquinas. Ejemplo de ello es la tecnología DCG, que se ha convertido en esencial, tanto que otros competidores la acabarán implantando. Otra innovación reciente ha sido la torreta con motor integrado de la nueva generación de tornos, que ofrece enormes ventajas en cuanto a robustez, control de temperatura, precisión y ausencia de mantenimiento... Unas características que la convierten en única en el mercado.

Una de las bases de Fegemu LM Machinery es el servicio técnico...

Así es. De hecho, la situación de liderazgo que tenemos en España es fruto tanto de la calidad de Mori Seiki como del servicio profesional que desde Fegemu LM Machinery hemos proporcionado a nuestros clientes. Hay que recordar que, cuando hablamos de máquinas de alto valor, el servicio técnico es un componente que jamás se puede descuidar, ya que, al final, la máquina más barata es aquella que menos tiempo está parada. Es por este motivo que es tan necesario un buen soporte técnico.

¿Cómo se traduce la preocupación por el buen servicio?

Nuestra apuesta es que los técnicos resuelvan gran parte de las incidencias a distancia. Nos comprometemos a solucionar en un plazo de 24 horas cualquier problema que se pueda atender por teléfono. Y si no se resuelve a distancia, en 24 horas, el cliente recibe nuestra visita y el problema queda diagnosticado y en fase de solución. Paralelamente, estamos profundizando cada vez más en la línea de ofrecer asesoramiento en ingeniería, herramientas y estrategia de mecanizado, ya que venimos constatando una demanda creciente por parte del cliente en estos aspectos. Esto se debe a que el cliente, para ser competitivo, necesita invertir en soluciones cada vez más sofisticadas, pero también más complejas de poner en marcha, por lo que necesita evolucionar en sus métodos y conocimientos.

La franquicia española sigue apostando por la internacionalización

La Asociación Española de Franquiciadores (AEF) ha vuelto a editar su informe anual, "La franquicia española en el mundo". El estudio, cerrado con datos relativos al primer trimestre de 2008, revela que ya hay 210 marcas franquiciadoras nacionales implantadas en un total de 106 países, frente a las 202 que había a principios de 2007.

Esto significa que son ya 8.101 los establecimientos con rótulo español que operan fuera de nuestro país, "una cifra que nos parece francamente interesante y prometedora", señala Eduardo Abadía, Gerente de la AEF. Esta última cifra supone un incremento de 828 locales en todo el mundo respecto al año anterior.
"El crecimiento de una red de franquicias, cuando el concepto de negocio es acertado, tiene ante sí el reto de la internacionalización como camino natural de expansión. Así lo está entendiendo el sistema de franquicias español, que va ganando posiciones en el mercado global gracias a un trabajo profundo y exigente de nuestros empresarios", opina Abadía.

Nº de Enseñas y de Locales españoles en el extranjero por sectores de actividad (2008)

	E	L
Moda	46	1.679
Hostelería y Restauración	33	1.137
Tiendas especializadas	28	333
Belleza y Estética	15	184
Mobiliario y Textil Hogar	13	487
Informática	9	207
Servicios. Financieros	7	28
Servicios. Transportes	6	119
Tintorerías	6	431
Agencias Inmobiliarias	5	24
Centros de Ocio	5	26
Enseñanza y Formación	5	33
Servicios. Automóvil	5	39
Servicios. Varios	4	29
Oficina y Papelería	4	41
Agencias de Viajes	4	57
Fotografía	4	177
Dietética y Parafarmacia	3	263
Deportes	2	4
Centros de Salud	2	51
Alimentación	2	2.738
Servicios. Asesorías	1	1
Óptica	1	13
Total	**210**	**8.101**



En colaboración con el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), la AEF organiza y patrocina año tras año la participación en ferias internacionales, misiones de estudio, misiones inversas y jornadas técnicas, todo ello con el objeto de conseguir la incursión de las marcas españolas en otros países.

Atendiendo a las enseñas más numerosas que operan fuera de España, las franquicias del sector de la moda lideran la lista una vez más este año: 46 marcas (las mismas que al inicio de 2007) con presencia en 88 países. A este sector le siguen las 33 de hostelería y restauración (una menos) y las 28 del conjunto de tiendas especializadas (siete marcas más que en el ejercicio anterior).

En cuanto a los sectores con mayor número de locales, el de alimentación es el que cuenta con más unidades (2.738), frente a los 2.285 establecimientos que se contaban en el último informe; los dedicados a la moda, en todos sus subsectores, suman 1.679 (239 locales por encima de los datos ofrecidos a principios de 2007) y los de hostelería y restauración ascienden a 1.137 (141 locales más).

En Europa, las franquicias españolas se reparten por 43 países. Portugal ocupa el primer lugar con 170 marcas españolas, que engloban 2.010 establecimientos. Destaca este dato por el incremento de enseñas nacionales que ha experimentado el país luso en comparación con el ejercicio pasado, cuando se sumaban 91 empresas franquiciadoras y 1.665 establecimientos. A continuación, el país receptor con más afluencia de nuestras firmas es Francia: 43 enseñas (12 más) con 1.216 locales y, a más distancia, Turquía: 7 empresas franquiciadoras (+1) y 483 locales; Grecia: 21 enseñas (+9) y 481 locales; e Italia: 34 marcas (+6) y 318 establecimientos.

Argentina es el primer país en América con mayor número de locales españoles: cuenta con 431 de 14 enseñas (5 más respecto al año anterior); le sigue México, con 388 locales de 52 marcas (al comienzo de 2007 sumaba 35); Brasil,

Ubicación de franquicias españolas por áreas geográficas

Áreas	Países	Locales
Europa	43	5.568
África	13	84
América	23	1.972
Oriente Medio	10	207
Asia	15	243
Oceanía	2	27

con 302 locales de 7 (una marca menos); y con menos influencia, Venezuela (180 de 22 franquicias); Chile (153 de 19) y Estados Unidos, que destaca -siendo un mercado complicado al que acceder- por haber pasado de 39 locales pertenecientes a 16 marcas, a disponer los servicios de 128 establecimientos de 19 empresas franquiciadoras. En el continente americano, las enseñas nacionales están en un total de 23 países.

La posición de China es la principal en Asia ya que cuenta con 10 franquicias españolas que ya han abierto 76 locales en el país; a continuación encontramos a Malasia, con 29 establecimientos de 4 marcas y Filipinas con 23 locales, también de 4 marcas franquiciadoras.

Las franquicias de moda son preponderantes en Oriente Medio (es el sector que primero se exportó desde nuestro país), donde destacan Arabia Saudí con 121 establecimientos de 25 enseñas y los Emiratos Árabes Unidos con 24 de 8 nombres diferentes.

En total, Asia cuenta con 15 países en los que hay negocios procedentes de España y, en Oriente Medio, son 10 los países que disponen de nuestras franquicias.

En Oceanía, la presencia española se concreta en 4 enseñas con 18 locales en Australia y 2 enseñas con 9 locales en Nueva Zelanda.

El continente africano, Marruecos lidera en número de marcas y establecimientos el ranking con 14 y 40, respectivamente. A mayor distancia, le seguirían Egipto, con 4 enseñas y 16 locales, y Túnez, con 4 enseñas también y 7 locales. En esta zona, las franquicias españolas se dispersan en 13 países con conceptos de negocio diferentes.

En conjunto, son 14 los países de todo el mundo donde España cuenta con más de



100 locales pertenecientes a redes de franquicias, “lo cual es indicativo de que no estamos ante una internacionalización incipiente, sino ante un proceso que se está consolidando. El número de enseñas españolas en el extranjero crece año tras año y seguro que esta tendencia se mantendrá en el futuro”, explica Xavier Vallhonrat, Presidente de la AEF.

www.franquiciadores.com

La Energía, referencia en Hannover Messe

La eficiencia energética y la protección climática fueron los temas determinantes de la feria de Hannover 2008. Gracias a Energy, Power Plant Technology y Pipeline Technology, la feria logró reunir por primera vez tres ferias clave internacionales de la energía bajo un mismo techo.

La feria de Hannover ha ido evolucionando en los últimos años como una plataforma central de presentación y debate dedicada a una mezcla energética del futuro segura, sostenible y eficiente, convirtiéndose en la feria de la energía mayor del mundo. En 2008 se alcanzaron cifras récord en la sección de la energía con más de 1.000 expositores en un área de más de 40.000 metros cuadrados.

Más de 100.000 visitantes presenciaron los temas energéticos de la feria, lo cual implica que uno de cada dos visitantes de toda la feria de Hannover estuvo en los pabellones 11, 12, 13 y 27, dedicados a la energía. 30.000 visitantes de Energy viajaron desde el extranjero, la tasa de visitantes profesionales fue en total del 90%.



El evento tecnológico de la industria más importante del mundo tiene lugar del 20 al 24 de abril de 2009 en Hannover. En éste se citarán las ferias clave: INTERKAMA+, Factory Automation, Industrial Building Automation, Motion, Drive & Automation, Digital Factory, Subcontracting, Energy, Wind, Pipeline Technology, Power Plant Technology, MicroTechnology, SurfaceTechnology, ComVac y Research & Technology.

Los temas centrales de la feria de Hannover 2009 son la automatización industrial, las tecnologías energéticas, las técnicas motrices y de fluidos, la subcontratación industrial y los servicios, así como las tecnologías del futuro.

La República de Corea es el País Asociado de la feria 2009.

www.hannovermesse.de

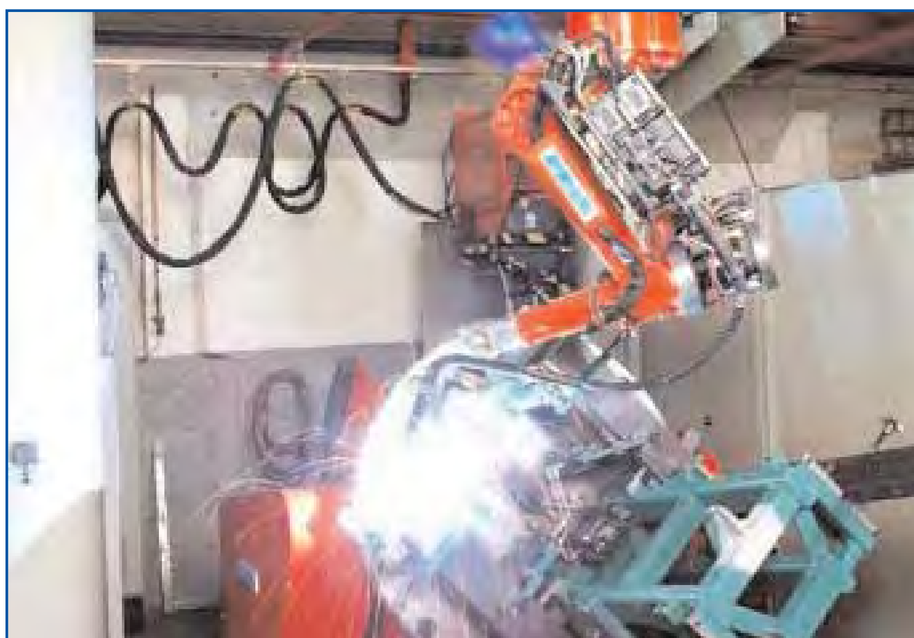


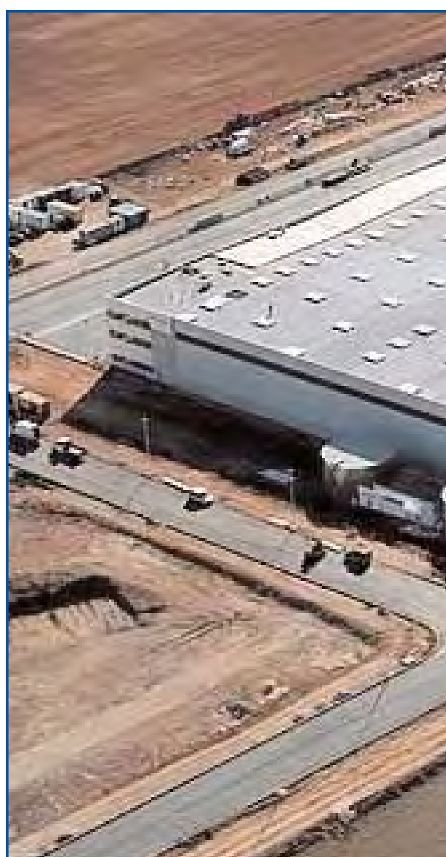
El sector inmobiliario encabeza la disolución empresarial en el primer trimestre de 2008

De un total de 33.398 nuevas sociedades mercantiles creadas en España en el primer trimestre de 2008, un 15,40% (5.140 empresas) corresponde a sociedades dedicadas al comercio al por mayor, al comercio al por menor y al comercio electrónico, lo que sitúa a este sector en la primera posición de creación empresarial. Esta es una de las conclusiones del último *'Estudio axesor Radar Sectorial'* elaborado por **axesor**, empresa española especializada en el suministro de información empresarial por Internet, en el que analiza las altas y disoluciones de empresas en los tres primeros meses del año por sectores de actividad económica, comparándolas con las cifras de creación de empresas durante el mismo período de 2007.

A pesar del fuerte freno sufrido por la crisis inmobiliaria, en los primeros puestos del ranking de creación empresarial aparecen también el sector de actividades inmobiliarias con 5.594 nuevas sociedades mercantiles (16,75% del total); y el de la construcción, con 4.444 nuevas empresas, lo que representa el 13,31% del total. Por el contrario, mantienen un reducido peso en la creación empresarial, entre otros, los sectores de servicios de Internet, extracción de crudos y minerales, metalurgia, reciclaje e I+D, todos ellos con porcentajes inferiores al 1% sobre el total.

En la siguiente tabla se recogen las altas y disoluciones registradas durante el primer trimestre de 2008 en cada sector,





CREACIÓN DE EMPRESAS PRIMER TRIMESTRE 2008

Sector	Constituciones	Disoluciones	% Total constituciones sectores
Agricultura, ganadería, pesca	634	131	**1,90%**
Extracción de crudos y minerales	49	39	**0,14%**
Industria	927	422	**2,77%**
Edición y artes gráficas	353	83	**1,06%**
Fabricación	799	247	**2,39%**
Metalurgia	40	14	**0,12%**
Reciclaje	33	5	**0,10%**
Producción y distribución de energía	2.979	284	**8,92%**
Construcción	4.444	834	**13,31%**
Venta y reparación de vehículos	756	197	**2,26%**
Comercio	5.140	1.265	**15,40%**
Servicios en Internet	16	4	**0,05%**
Hostelería	1.835	381	**5,49%**
Transporte y agencias de viajes	1.020	244	**3,05%**
Correos y telecomunicaciones	221	44	**0,66%**
Servicios financieros y seguros	955	174	**2,86%**
Actividades inmobiliarias	5.594	2.010	**16,75%**
Informática	759	154	**2,27%**
Investigación y Desarrollo	97	13	**0,29%**
Educación	286	67	**0,85%**
Asistencia sanitaria	765	115	**2,29%**
Saneamiento público	40	10	**0,12%**
Actividades asociativas, culturales y recreativas	1.268	250	**3,79%**
Personal doméstico	2	0	**0,005%**
Otras actividades empresariales	4.376	968	**13,10%**
Total general	**33.396**	**7.963**	**100%**



y su porcentaje de representación en la suma total de sectores:

Descenso generalizado en todos los sectores

Al comparar las nuevas empresas creadas en el primer trimestre de 2008 con las que se pusieron en marcha durante el mismo período de 2007, comprobamos que todos los sectores, sin excepción, presentan un crecimiento negativo. El freno más acusado en la creación empresarial se ha producido en el sector de las actividades inmobiliarias en el que se han creado 5.999 menos que en 2007 (-51,74%); en el sector de metalurgia, con 30 nuevas empresas menos (-42,85%); y el de extracción de crudos y minerales, con 34 nuevas empresas menos (-40,96%). Justo por debajo nos encontramos con el sector de la construcción, con 3.271 nuevas empresas menos (-40,27%).

Sector	2007	2008	% Crecimiento 1Q 2007 1Q 2008
Agricultura, ganadería, pesca	908	634	-30,17%
Extracción de crudos y minerales	83	49	-40,96%
Industria	1.119	927	-17,15 %
Edición y artes gráficas	484	353	-27,06%
Fabricación	1.126	799	-26,04%
Metalurgia	70	40	-42,85%
Reciclaje	46	33	-28,26%
Producción y distribución de energía	3.459	2.979	-13,87%
Construcción	7.715	4.444	-40,27%
Venta y reparación de vehículos	1.159	756	-34,77%
Comercio	7.441	5.140	-30,92 %
Servicios en Internet	19	16	-15,78%
Hostelería	2.593	1.835	-29,23%
Transporte y agencias de viajes	1.623	1.020	-37,15%
Correos y telecomunicaciones	362	221	-38,95%
Servicios financieros y seguros	1.578	955	-39,48%
Actividades inmobiliarias	11.593	5.594	-51,74%
Informática	994	759	-23,64%
Investigación y Desarrollo	153	97	-36,60%
Educación	419	286	-31,74%
Asistencia sanitaria	1.016	765	-24,70%
Saneamiento público	51	40	-27,50%
Actividades asociativas, culturales y recreativas	1.767	1.268	-21,56%
Personal doméstico	3	2	-33,33%
Otras actividades	6.138	4.227	-31,13%
Total general	**51.919**	**33.239**	**-37,97%**

Fundada en Granada en 1996 y con delegaciones en Madrid y Barcelona, es una de las compañías pioneras en el sector de los servicios e información a través de Internet en España.

www.axesor.es

ABX LOGISTICS Y DSV unen sus fuerzas

El Grupo DSV ha alcanzando un acuerdo con 3i ("Grupo 3i plc. y Fondos de 3i), el equipo directivo de ABX y otros accionistas para adquirir todas las acciones de XB Luxembourg Holdings 1 S.A., matriz del Grupo ABX LOGISTICS Worldwide SA/NV de Bélgica.

ABX es una consolidada compañía dentro de las mismas áreas de negocio de DSV. La cobertura geográfica de ABX, con una fuerte actividad europea en España, Italia, Francia y Alemania, complementa la actual estructura de DSV con fuertes raíces en el área nórdica. Además, ABX cuenta con actividad en Asia, Norteamérica, Sudamérica y África. La combinación satisface tanto los objetivos de DSV como de ABX de crear una masa crítica en mercados clave y mejorar la posición de ambos grupos para responder a la creciente demanda de soluciones globales de transporte.

El precio total del capital social, sobre las bases de la deuda y la liquidez (Valor de Empresa) es de 750 millones de euros. DSV financiará la adquisición a través de un préstamo-puente facilitado por los principales bancos de la compañía. La transacción será completada en el tercer trimestre de 2008 y está sujeta a la aprobación de las principales autoridades de la competencia.

www.abxlogistics.com
www.3i.com



Lo más destacado de la operación

El precio total del capital social, sobre las bases de deuda y liquidez (Valor de Empresa) es de 750 millones de euros.
Para 2007, ABX y DSV alcanzan una cifra de negocio combinada total de 6.500 millones de euros, con aproximadamente 25.000 empleados y redes de transporte propias operando en más de 60 países.
La adquisición fortalecerá de manera significativa el posicionamiento de mercado del grupo recién ampliado en sus negocios clave:

- Aéreo y Marítimo prácticamente doblarán su tamaño
- Se fortalecerán las actividades de transporte por carretera principalmente en Benelux, Italia, Alemania, Francia y España.
- Perfecta complementariedad geográfica gracias a la presencia de DSV en el Norte de Europa y de ABX en el Sur y Oeste

PALLETWAYS arranca en Portugal

La conocida compañía dedicada a la distribución express de pequeños envíos de mercancía paletizada, ha ampliado su red ibérica con la adhesión de dos compañías logísticas portuguesas: Santos e Vale y Garland Trânsitos.

A partir del 7 de julio, la red ibérica de Palletways comenzará su actividad en Portugal, donde Santos e Vale cubrirá desde Lisboa el centro-sur de Portugal y Garland Trânsitos se encargará del norte del país desde Oporto.

Santos e Vale, empresa familiar creada hace 25 años, cuenta con 8 plataformas que cubren todo Portugal y más de 26.000 metros cuadrados de superficie de almacenaje.

La veterana compañía Garland Trânsitos forma parte del Grupo Garland y dispone actualmente de cuatro instalaciones logísticas que suman más de 20.000 metros cuadrados. Los servicios Palletways los realizará Garland Trânsitos desde la plataforma de Maia, en la que dispone de 7.000 metros cuadrados.

Hay que recordar que desde el pasado 9 de junio, todas las redes Palletways en Europa (Iberia, Italia, Centroeuropa y Reino Unido) se han interconectado para formar una red de paletería express europea inédita hasta ahora en el sector de la logística y el transporte.

www.palletways.com



GEODIS Logistics Spain, todo logística

Esta es la nueva denominación de la división responsable de todas las operaciones de logística (Logística Contractual, Supply Chain Management y Reverse Logistics) de Geodis Iberia, filial en España del Grupo francés Geodis. La nueva entidad nace como consecuencia de la reorganización del Grupo en grandes divisiones especializadas por actividad, manteniéndose la estrategia de oferta global de servicios a grandes empresas industriales y de distribución.



GEODIS Logistics Spain opera en varias plataformas ubicadas en Abadiano, Amorebieta, Burgos, Cabanillas, Galdácano, Hospitalet, Lliça, Logroño, Madrid (Coslada), Palencia, Valladolid y Vitoria. Emplea a 138 personas y tiene una facturación prevista de 26 millones de euros en el 2008. La oferta operativa es muy variada, ya que incluye desde almacenaje, preparación de pedidos, picking - packing, hasta operaciones con gran valor añadido como por ejemplo el montaje de cableados para Siemens o Sumitomo, la gestión de todos los seguros de transporte a nivel europeo para IBM o la logística inversa que asegura la destrucción o reciclaje de productos en fin de vida, en el marco del contrato con European Recycling Platform.

En muchas de estas actividades, GEODIS Logistics Spain complementa sus servicios con el abastecimiento o la distribución nacional o internacional por



carretera o por vía aérea o marítima, en el marco de la Oferta Global de Servicios propia de la compañía.

www.geodis.com
www.geodis.es



Madrid puede convertirse en la plataforma logística de referencia en Europa gracias a LOGITRANS

El Salón de la Logística y el Transporte de Madrid nace con un marcado carácter internacional y con el objetivo de convertirse en el centro de negocios de referencia para el sector logístico en el sur de Europa

La presidencia del comité organizador de LOGITRANS por parte de Rafael Aznar, presidente de la Autoridad Portuaria de Valencia, contribuirá a la consolidación del eje Madrid-Valencia como gran nodo logístico

Según informan, la elección de Madrid como sede del Salón de la Logística y el Transporte se justifica por su importante actividad económica, su localización geográfica, su amplia oferta de infraestructuras y servicios logísticos y por su condición de nodo en el tránsito de mercancías entre Europa, norte de África y el continente americano. Actualmente, la capital de España concentra el 60% de los flujos internacionales de mercancías que se realizan desde este país, y el 33% del total de los nacionales. Asimismo, la actividad económica de la Región representa el 17,4% del PIB, y es el principal núcleo de distribución de mercancías con origen o destino en cualquier punto de la Península. Igualmente, sus infraestructuras e instalaciones intermodales ocupan una superficie de aproximadamente 25 millones de metros cuadrados.

La creciente importancia de la optimización de todos los procesos involucrados en la cadena de suministro, como el transporte, la manutención, los sistemas de información o la infraestructuras, también han sido decisivos para la creación de este salón.

El Salón de la Logística y el Transporte es una iniciativa conjunta de Planner Reed e Ifema, que cuenta con una respuesta importante empresarial, así como con el apoyo de seis empresas, instituciones y asociaciones representativas de diversos segmentos de la logística y el transporte, que se han sumado como patrocinadores del proyecto: el Administrador de Infraestructuras Ferroviarias [Adif], Correos, la Empresa Pública Empresarial de Suelo [SEPES], Hercesa, Madrid Plataforma Logística [MPL] y Renfe Mercancías.

Junto al área empresarial, LOGITRANS reservará 1.000 metros cuadrados para el montaje y exposición de un almacén automatizado. El proyecto estará organizado por ICIL. Por su parte, el Centro Español de Logística [CEL] coordinará un área expositiva dedicada a la exhibición de soluciones de última tecnología. Durante los tres días de celebración de la feria se desarrollará paralelamente un amplio Programa Profesional, que cuenta con la colaboración del Instituto de Empresa [IE Business School], IESE, MPL y las principales asociaciones profesionales del sector, como son ICIL, CEL y Lógica.

LOGITRANS, el Salón de la Logística y el Transporte de Madrid, que celebrará su primera edición del 10 al 12 de noviembre en la Feria de Madrid, reunirá a alrededor de 150 primeras firmas internacionales.

www.logitransonline.es
www.logitranspress.es



En la foto: Rafael Aznar Garrigues, presidente del comité organizador de LOGITRANS, escoltado por Santiago Quiroga y María José Navarro, directores de LOGITRANS.

Novedosas barnizadoras Seal 60 Y 80 UV

Lacor España, empresa distribuidora de maquinaria para el sector de la Impresión Digital, comercializa en España las barnizadoras SEAL 60 y 80 UV PRO, que son ideales para aumentar el brillo y la calidad de la imagen y la protegen de la agresión de elementos corrosivos y del deterioro debido a su exposición a distintos factores ambientales.

Las Barnizadoras Seal 60 y 80 UV Pro son dos barnizadoras de última generación que disponen de secado UV de alta velocidad, que va hasta los 32 metros por minuto, y que están especialmente diseñadas para aplicar el barniz en una amplia gama de soportes de impresión, sustratos rígidos y flexibles que presenten un ancho de hasta 1,50 metros, en el caso de la SEAL 60 UV Pro, y de 2 metros, con la SEAL 80 UV Pro.

www.lacor.com

Nuevos refrigeradores Single

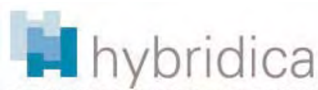


La firma Single acaba de lanzar nuevos refrigeradores, serie SKA, que cumplen los requisitos de seguridad más exigentes. Por supuesto, nuestras instalaciones cumplen la Directiva europea de aparatos a presión en el circuito de frío.

El equipo estándar se caracteriza por materiales y componentes de gran calidad, filtro de impurezas en el retroceso y en la alimentación de agua de refrigeración, montado sobre roldanas, regulador de 2 puntos, armario eléctrico IP54 y cable de conexión sin clavija. La firma Slingle Temperiertechnick GMBH está representada en España por Helmut Roegele S.A.

www.roegele.com





AMB, en septiembre, en Stuttgart

Las herramientas de producción alemana son indiscutiblemente caras. A los fabricantes, sin embargo, les salen otras cuentas. Se remiten a unas capacidades de corte más elevadas, una mayor durabilidad del corte y una calidad superior de la superficie. Se supone que tras realizar la cuenta final, el cliente sale ganando gracias a unos costes de producción más reducidos. Ello se podrá comprobar durante la AMB, la exposición internacional del mecanizado de metales, del 9 al 13 de septiembre de 2008 en el nuevo recinto de la Messe Stuttgart junto al aeropuerto.

La industria de herramientas de precisión alcanzó durante el año pasado en Alemania con sus más de 70.000 empleados un volumen anual de ventas de más de 9,3 mil millones de euros (+ el 7 por ciento), al que el sector de la exportación contribuyó casi la mitad. Esta industria es una de las ramas especializadas más grandes de la construcción de maquinaria y además una de las más innovadoras. El sector mira al futuro con absoluta confianza. Este año se quiere superar la marca de los 10 mil millones de euros.

www.messe-stuttgart.de/amb

Nuevo triturador móvil para residuos

Metso Minerals ha lanzado un nuevo triturador móvil para la trituración de residuos. El prototipo CR 225 LT ha sido expuesto en la feria internacional IFAT 2008, que tuvo lugar en Munich en mayo.

La nueva solución de Metso Minerals para la trituración previa de materiales de desecho combina características de sus plantas móviles de trituración Lokotrack y de las series Lindemann de equipos de trituración de residuos. El resultado es un triturador de gran flexibilidad que no requiere corriente eléctrica para su funcionamiento y con una autonomía de trabajo de hasta 3 días sin necesidad de repostar.

www.metso.com

Hybridica, feria en Múnich en noviembre

Del 11 al 14 de noviembre de 2008 el Recinto Ferial de Múnich acogerá por primera vez hybridica, la feria internacional de desarrollo y fabricación de componentes híbridos.

Los componentes híbridos son aquellos cuya fabricación está basada en la unión de metal y plástico. Esta combinación no sólo permite mejorar las propiedades de los materiales, sino que además los dota de funcionalidades completamente nuevas. Los componentes híbridos presentan características que son impensables en los componentes homogéneos.

Hybridica refleja la evolución de la tecnología y del mercado y es para el sector una plataforma útil y eficaz perfectamente adaptada a las necesidades de las empresas y de sus clientes. Presenta el estado actual de los procesos de producción y pone el punto de mira en los métodos de fabricación integrados y en los propios componentes acabados. El salón se concentra exclusivamente en componentes híbridos y abarca toda la cadena de creación de valor tanto de su fabricación por separado como integrada en otros procesos.

En la feria estarán presentes todos los agentes del mercado y se podrán conocer las distintas fases de desarrollo y producción: desde las materias primas y la construcción de moldes y herramientas hasta los sistemas de estampado y de transformación de plásticos, pasando por el acabado de superficies y por los componentes híbridos acabados y su control de calidad.

www.messe-muenchen.de

Crucigrama

Horizontales:

1.- Existir. Familiarmente tesorería. 2.- Al revés, siglas de la Entidad Pública Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea. Vehículo automóvil de transporte público y trayecto fijo. 3.- Figura mitológica mitad hombre y mitad caballo. 4.- Preposición. Chicha. 5.- Cabread. Símbolo químico del boro. 6.- Aplanado, igualado. 7.- Cloruro de sodio. Hijo de Adán y Eva. 8.- Cantos y bailes típicos de las islas Canarias.

Verticales:

1.- Costal muy grande de tela fuerte, más largo que ancho. Adverbio de modo. 2.- Nombre de la de0cimosexta letra del abecedario español. Tropas formadas en cada uno de los extremos de un orden de batalla. 3.- Conflicto, altercado, discordia. 4.- Anudará. Símbolo químico del azufre. 5.- Cien en la numeración romana. Embuste, trampa, estafa. 6.- Rebosaba. 7.- Prometa solemnemente. Regales. 8.- Horneo. Proyectil.

	1	2	3	4	5	6	7	8
1				■				
2					■			
3								
4		■						■
5	■						■	
6								
7				■				
8					■			

Solución al crucigrama del número anterior

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	C	O	L	■	M	O	D	O
2	A	R	I	O	■	B	I	T
3	R	E	S	T	A	R	■	E
4	C	■	■	E	G	A	R	A
5	A	C	E	R	A	■	I	D
6	M	E	T	O	D	I	C	O
7	A	S	A	■	I	C	O	R
8	L	A	■	A	R	O	S	A

Edita: Netchallenge Consulting S.L.
C/ Sant Antoni Maria Claret, 183, At.3ª 08041 Barcelona **Tel** 93 501 95 68
Director Editor: Lino Hernández **Director Técnico**: Carmelo Pérez
Administración: info@mercadoindustrial.biz
Redacción: redaccion@mercadoindustrial.biz
Publicidad: publicidad@mercadoindustrial.biz
Internacional: international@mercadoindustrial.biz
Coordinación y maquetación: GPI - PGC **Tel.**: 93 339 08 12
D.L. Internet B-20885-2006 • **ISSN** 1886-2330 • **Difusión internet**: 3.000 descargas de media anual.











2008
物博会
CILF